

яка компанія повинна визначати, що саме для неї є доцільнішим — посилення конкурентних позицій в окремих країнах чи інтегрально, на глобальному рівні. Глобалізація конкуренції, з одного боку, веде до швидкого обміну інформацією про нові вироби, а отже, до більшого обсягу продажів на іноземних ринках. З іншого боку, швидке розповсюдження інформації про пільгові ціни, наприклад для державних закупівель, в одній країні може погіршити стан компанії в іншій. Значення чинників, які компанії повинні враховувати при розробленні міжнародної маркетингової стратегії, варіюється від країни до країни і від галузі до галузі. Ще однією причиною виникнення «пасток» міжнародного маркетингу при вивченні можливих альтернатив виступають якості використовуваної інформації та методи досліджування середовища бізнесу. Офіційні дані не завжди відповідають дійсності. «Пастки» міжнародного маркетингу пов'язані також і з взаємовідносинами багатонаціональних компаній та суспільств, в яких вони функціонують.

Отже, розроблення будь-якої міжнародної маркетингової стратегії, особливо глобальної, передбачає багаторівневе та багатогранне мислення, реалізацію принципу міжнародного маркетингу «мислити глобально, діяти локально», але з обов'язковим урахуванням усіх особливостей різних країн і суспільств, у яких та задля яких ця стратегія втілюватиметься у життя і передбачатиме оптимальний вияв усіх задумів маркетологів даної компанії та досягнення оптимального очікуваного ефекту саме в процесі глобалізації.

***Е. Н. Лисовина, аспірант,
Донецкий государственный технический университет***

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ И СПРОСА В РЫНОЧНОЙ СРЕДЕ

При переходе Украины к экономике рыночного типа возникает необходимость дополнительного внимания к изучению вопросов роста общественного производства. Повышение его эффективности, расширение возможностей более полного удовлетворения потребностей населения в рыночно ориентированной среде обуславливает необходимость активного воздействия на процессы развития личных потребностей и спроса потребителей. Задача заключается не только в том, чтобы способствовать удовлетворению существующих потребностей, но и в том, чтобы целенаправленно формировать эти потребности,

содействовать отмиранию неэффективных и препятствующих развитию стабильной рыночной экономики потребностей и помогать развитию тех, которые наиболее целесообразны с точки зрения требований экономически развитого государства. Одна из актуальных задач государственной политики — активное и целенаправленное воздействие на потребности личности сегодня.

Развитие экономических потребностей тесно взаимосвязано с каждой фазой процесса воспроизводства. Производство и потребление порождают потребности, распределение и обмен, регулируют процесс их удовлетворения. С одной стороны, потребности являются результатом, а с другой — побудительным моментом каждой фазы воспроизводства. Таким образом, в процессе воспроизводства происходит зарождение, удовлетворение, отмирание и вновь рождение потребностей.

Потребность и спрос пребывают в процессе постоянного изменения и развития. Между потребностями и спросом существуют сложные взаимосвязи. Они едины, но главное в этом единстве — потребность. Потребность определяет и порождает спрос. Она является основой, содержанием спроса, выражающим его сущность. Спрос — это способ существования потребности.

Поскольку цель производства в рыночной экономике — это наиболее полное удовлетворение потребностей, то платежеспособная сторона спроса имеет подчиненное значение. Повышение доходов населения, расширение ассортимента и улучшение качества выпускаемых изделий — все это лишь средства, с помощью которых удовлетворяются потребности населения.

Для обеспечения доходов и эффективного спроса, содействия при формировании потребностей государству целесообразно осуществлять политику:

- увеличения инвестиций и совершенствования инвестиционной деятельности в государственном секторе экономики;
- стимулирования факторов экономического роста;
- формирования на государственном уровне определенного менталитета общества (склонность к потреблению);
- стимулирования хозяйственных связей и рыночных механизмов;
- создания конкурентной среды государственным регулированием экономики рыночного типа.